

Ministerie van Economische Zaken

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA DEN HAAG

Datum 25 januari 2017
Betreft Transparantie in de voedselketen

Geachte Voorzitter,

Wij realiseren ons over het algemeen te weinig hoe en door wie ons voedsel wordt geproduceerd. Vaak gaat het om lange en ingewikkelde voedselketens, samengestelde producten en weinig transparantie naar de consument. Waar dit toe kan leiden hebben diverse voedselschandalen in het recente verleden laten zien. Ons voedsel is over het algemeen van hoge kwaliteit en veilig. Toch kan het ook mis gaan.

Het bevorderen van transparantie maakt het mogelijk om consumenten goede informatie te bieden over herkomst, samenstelling en voedingswaarde van producten en fraude te voorkomen. De staatssecretaris van Economische Zaken (EZ) heeft u eerder geïnformeerd over de pilot herkomstinformatie in de varkensketen en het instellen van een groep deskundigen (de Kwartiermakers) om advies uit te brengen over de haalbaarheid van één centrale database, voor informatie over levensmiddelen (TK 2016-2017, 31532, nr. 173). Daarnaast heeft de minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) in het actieplan etikettering van levensmiddelen (TK 2016 2017, 31 352, nr. 167) de acties uiteengezet om ervoor te zorgen dat consumenten bewuste keuzes kunnen maken op basis van eenduidige en eerlijke informatie.

Met voorliggende brief geven wij een reactie op het adviesrapport 'Reis door de voedselketen' dat uw Kamer recentelijk ontving en informeren wij uw Kamer over een aantal ondernomen vervolgacties. Door maximale transparantie kan de consument een gezonde en bewuste voedselkeuze maken en kunnen producenten hun verantwoordelijkheid nemen voor de kwaliteit en integriteit van hun product.

Adviesrapport 'Reis door de voedselketen'

Bedrijven en supermarkten bieden al op vele manieren informatie aan consumenten over de samenstelling, voedingswaarde en herkomst van producten. Deze informatie komt uit diverse (bedrijfseigen) databanken. De behoefte bestaat echter om de data meer samenhangend, geüniformeerd en compleet bij elkaar te brengen, en ze nog beter te ontsluiten naar de consument.

Begin december 2016 is daarom op verzoek van de staatssecretaris van EZ door de Kwartiermakers het adviesrapport "Reis door de keten - herkomst- en productinformatie door de keten en aan de consument" uitgebracht. De staatssecretaris van EZ heeft het adviesrapport op 8 december 2016 aan uw Kamer doen toekomen (TK 2016-2017, 31 352, nr. 176) en toegezegd nog voor de Nationale Voedseltop te komen met een reactie op het adviesrapport en de

Directoraat-generaal Agro en Natuur

Directie Plantaardige Agroketens
en Voedselkwaliteit

Bezoekadres

Bezuidenhoutseweg 73
2594 AC Den Haag

Postadres

Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Factuuradres

Postbus 16180
2500 BD Den Haag

Overheidsidentificatienr

00000001003214369000

T 070 379 8911 (algemeen)
www.rijksoverheid.nl/ez

Ons kenmerk

DGAN-PAV / 17004389

aanbevelingen van de Kwartiermakers. Met deze brief wordt invulling gegeven aan die toezegging.

Als basis voor hun advies hebben de Kwartiermakers onder meer een inventarisatie uitgevoerd naar huidige systemen en standaarden over productinformatie en de mogelijkheden om consumenten te informeren. Ook hebben zij diverse stakeholders geraadpleegd over de informatiebehoefte van consumenten. In hun rapport concluderen de Kwartiermakers dat er sprake is van momentum om concrete stappen te zetten om de informatievoorziening over voedselproducten naar de consument te verbeteren. Verder concluderen de Kwartiermakers ook dat er al veel informatie over voedselproducten en de herkomst daarvan digitaal beschikbaar is. Op basis van hun bevindingen en conclusies doen de Kwartiermakers in hun adviesrapport diverse aanbevelingen die moeten leiden tot een verbetering van inzicht in de herkomst en productsamenstelling van voedselproducten.

Dit rapport biedt ons de kans om betekenisvolle stappen te zetten op het terrein van transparantie door de consument meer inzicht te bieden in de herkomst en productsamenstelling van voedselproducten, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van een solide en betrouwbaar systeem van productie-informatie. Door de al lopende acties op het terrein van transparantie en het ontplooiën van nieuwe initiatieven kan Nederland hierin internationaal voorop lopen. Het bedrijfsleven is, net als het kabinet, positief over het adviesrapport en bereid de handschoen op te pakken. Tevens zien het kabinet en het bedrijfsleven de aanbevelingen als een goede ondersteuning voor reeds in gang gezette acties. Hierbij kan gedacht worden aan de pilot die gestart is om meer informatie over de herkomst van varkensvlees te verschaffen, de Voedingsapp (TK 2016-2017, 31 532, nr. 167) en het in het voorjaar van 2016 door het bedrijfsleven gelanceerde datakwaliteitsplan Datakwaliteit 2.0. Dit plan, waarmee een investering gemoeid is van € 8 mln, wordt actief ondersteund door onder meer CBL en FNLI en uitgevoerd door GS1 Nederland. Het datakwaliteitsplan heeft tot doel een impuls te geven aan het verstrekken van correcte, complete en up-to-date productinformatie voor opname in (voedsel)databases, zoals de GS1 Data Source.

Naast ondersteuning van reeds lopende acties zijn de aanbevelingen van de Kwartiermakers ook aanleiding voor het ontplooiën van nieuwe initiatieven. Zo zal in de topsector Agri&Food binnenkort de *PPS Trusted Source* van start gaan. Doel van de PPS is het technisch en organisatorisch realiseren van een trusted source voor consumenteninformatie van *statische* informatie (productiewijze, samenstelling/ingrediënten, voedingswaarde etc.) en *dynamische* informatie (herkomst, 'tenminste-houdbaar-tot'-datum, 'te-gebruiken-tot'-datum etc.). De PPS moet leiden tot koppeling van informatiesystemen en gebruik van eenduidige standaarden en nieuwe technologieën. Zo ontstaat in de praktijk één solide, betrouwbaar en compleet systeem van informatie over productie, dat gebruikt kan worden voor communicatie tussen bedrijven en ontsluiting naar de consument, een zg. Trusted Source.

Het adviesrapport en de PPS bieden belangrijke aanknopingspunten om in de komende periode de datatoelevering ten behoeve van digitale informatieverstrekking tussen bedrijven en aan de consument, o.a. via applicaties of QR-codes, verder uit te bouwen. Ook de levensmiddelendatabank (LEDA¹) van het Voedingscentrum kan dan op efficiënte wijze en meer geharmoniseerd worden gevuld met informatie over de samenstelling en voedingswaarde van levensmiddelen. Onlangs is in het kader van het datakwaliteitsplan een start gemaakt met de uitvoering van de door de Kwartiermakers voorgestelde *pilot productsamenstelling*. Hierbij staat centraal het realiseren van een koppeling tussen LEDA en de wettelijk verplichte etiketinformatie, zoals die is opgeslagen in GS1 Data Source.

De levensmiddelendatabank biedt de informatie voor de Voedingsapp en de monitoring van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling.

Herkomstinformatie

Naast de wettelijke verplichte informatie over het land van herkomst voor vers vlees is er bij consumenten meer en meer behoefte aan specifieke informatie over de herkomst van vleesproducten. In de brief van 21 november 2016 is uw Kamer geïnformeerd over de pilot herkomstinformatie van Albert Heijn, Vion en ZLTO waarin extra informatie over herkomst en productiewijze van varkensvlees voor consumenten beschikbaar wordt gemaakt. Albert Heijn betreft al het varkensvlees bij 150 Nederlandse varkenshouders die in een gesloten keten - het Good Farming Star (Beter Leven keurmerk)-concept - hun varkens aanleveren bij Vion. In de pilot krijgen de 150 varkenshouders via de websites van Vion en Albert Heijn een gezicht en krijgt de consument informatie over de wijze waarop de varkens gehouden worden. Deze informatie gaat dus veel verder dan de sinds 15 april 2015 verplichte herkomstetikettering van vers vlees, waarbij aangegeven moet worden uit welk land het vers vlees product afkomstig is.

In hun adviesrapport bevelen de Kwartiermakers aan om een verkenning uit te laten voeren naar de mogelijkheden om herkomstinformatie tot op het niveau van de individuele varkenshouder te ontsluiten met daarbij inzicht in mogelijke knelpunten, randvoorwaarden en een indicatie van de (meer)kosten. Recent heeft Wageningen Economic Research (WECR) het essay 'APP Herkomst varkensvlees – Een theoretische verkenning' afgerond (www.wur.nl). Hierin komen de onderzoekers tot de conclusie dat herkomsttracering van vers vlees naar het individuele varkensbedrijf technisch gezien mogelijk is. De impact op de logistieke organisatie in alle schakels van de vleesverwerking is echter aanzienlijk en resulteert in aanzienlijke meerkosten die de onderzoekers ramen op 12 cent boven op de winkelprijs van gemiddeld € 7,- per kilo vers varkensvlees. De onderzoekers betwijfelen of de Nederlandse consument bereid is tot het betalen van de meerkosten. Aan het einde van hun essay doen de onderzoekers enkele

¹ LEDA is de onafhankelijke databank van Nederland met uitgebreide informatie over in Nederland verkochte levensmiddelen en voedingssupplementen en wordt gebruikt om consumenten, diëtisten en onderzoekers te voorzien van betrouwbare informatie over gezonde en duurzame voeding.

aanbevelingen voor vervolgonderzoek, waaronder onderzoek naar de bereidheid van consumenten om te betalen voor informatie over herkomst. Deze aanbevelingen vormen samen met een aantal andere door de Kwartiermakers geformuleerde onderzoeksvragen de basis voor het binnenkort bij WEcR te starten onderzoeksprogramma Transparantie in de voedselketen. In dit onderzoeksprogramma zullen ook de uitkomsten van de pilot herkomstinformatie varkensvlees meegenomen worden.

Merken en transparantie

Het gebruik van productmerken kan ook een bijdrage leveren aan transparantie en duidelijkheid voor de consument. Een merk is bijvoorbeeld een naam, uitdrukking of symbool ter identificatie van producten van één verkoper of groep verkopers. Met het merk is het product herkenbaar voor de consument; de afzender is bekend en de verantwoordelijkheid is gemakkelijker toe te wijzen. In de marketingtheorie wordt het merk ook wel een 'onwrikbare belofte aan de consument' genoemd. De tucht van het merk werkt om de kwaliteit en integriteit van de producten te garanderen. In de vers vleessector wordt echter nog maar zeer weinig gebruik gemaakt van merken. Een reden hiervoor is dat het vaak nog niet uitvoerbaar is ketens te sluiten waardoor het risico voor de merkdrager te groot wordt. Slechts enkele nichespelers nemen nu reeds in woord en daad de volledige verantwoordelijkheid voor het product dat zij produceren c.q. verkopen, bijvoorbeeld Livar en Koopeenvarken.nl. Het percentage vers vlees dat met een merknaam wordt verkocht is zeer beperkt.

In opdracht van staatssecretaris van EZ is daarom recent onderzoek gedaan naar de bijdrage van het gebruik van merken aan het verhogen van transparantie, vergroten van ketenverantwoordelijkheid en verkorten van de ketens in de (vers)vleesketens. Dit rapport is als bijlage bij deze brief gevoegd. Hiermee wordt dus ook bezien of het gebruik van merken minder risico's op voedselveiligheid en voedsel fraude tot gevolg heeft.

Leidende vraag in dit onderzoek: Hoe kan de waarde van merken ingezet worden om bovengenoemde doelstellingen te bewerkstelligen? De scope van het onderzoek is beperkt tot de varkensvleessector, maar de resultaten en conclusies kunnen op de gehele vleessector en ook andere sectoren toegepast worden.

Het rapport laat zien dat merken tucht creëren om kwaliteit en integriteit te garanderen en dat dit ook – economische – kansen biedt voor het bedrijfsleven. Het rapport laat ook zien dat er zeer recent nieuwe initiatieven zijn genomen om het marktaandeel 'merkvlees' toe te laten nemen, maar dat dit nog kwetsbaar is en een verdere ontwikkeling noodzakelijk is. Het is aan het bedrijfsleven om zijn voordeel te doen met de inzichten die dit rapport biedt. De maatschappelijke uitdagingen en de beleidsdoelen zoals deze verwoord staan in de Voedselagenda, en de uitdagingen van - met name - de varkensvleessector zoals genoemd door de Commissies Rosenthal en Nijpels maken dat het momentum daar is om (vers) vlees uit de anonimiteit te halen; *van bulk naar belofte*. De staatssecretaris van EZ zal hierover dan ook het gesprek aangaan met de vleessector.

Voortgang aanscherping kwaliteitssystemen

Kwaliteitssystemen en keurmerken zijn middelen van en voor het bedrijfsleven om over de kwaliteit van hun product te communiceren. Dat houdt wel in dat kwaliteitssystemen en keurmerken zelf robuust en transparant moeten zijn. Over de ordening van duurzaamheidskeurmerken bent u in oktober 2016 geïnformeerd (TK 2016-2017, 31532, nr. 172).

De aanscherping van private kwaliteitssystemen met extra criteria voor kwaliteit en integriteit en de daar aan gekoppelde borgingssystematiek waar ondernemers kunnen checken of hun zakenrelaties conform deze aangescherpte kwaliteitssystemen zijn gecertificeerd, hebben tot doel te bevorderen dat ondernemers alleen nog maar zaken doen met bekende, betrouwbare handelspartners. Aangescherpte en door de NVWA positief beoordeelde ('geaccepteerde') systemen worden vermeld op www.ketenborging.nl. Op dit moment hebben twee private kwaliteitssystemen, zijnde BRC² en IFS³, een positieve beoordeling gekregen van de NVWA op de implementatie van de aangescherpte criteria. In de komende jaren komen naar verwachting op www.ketenborging.nl steeds meer positief beoordeelde kwaliteitssystemen te staan. Ook dit moet een bijdrage leveren aan transparantie en veiligheid in de vleesketen.

Gedragscode levensmiddelensector

Naar aanleiding van de paardenvleesfraude schreven de minister van VWS en (toenmalig) staatssecretaris van EZ (TK 2014-2015, 26991, nr. 471) dat verandering pas echt tot stand komt als alle ondernemers in de sector daadwerkelijk hun verantwoordelijkheid nemen voor de veiligheid en integriteit van hun product. Ketenverantwoordelijkheid is daarvoor essentieel en de grootste uitdaging ligt in de gedrags- en cultuurverandering in de betrokken sectoren. De levensmiddelensector heeft toegezegd daartoe een gedragscode te zullen opstellen.

Recent is de Gedragscode levensmiddelenindustrie (hierna de Gedragscode) door het bestuur van de FNLI vastgesteld. De Gedragscode is een gids voor gepast gedrag en correct handelen op het gebied van voedselveiligheid en productintegriteit. In de Gedragscode wordt aangesloten bij reeds bestaande (wettelijke) verplichtingen op het gebied van voedselveiligheid en productintegriteit, wordt aangesloten bij internationaal erkende principes van 'good corporate governance', dienen bedrijven een klokkenluidersregeling te hebben en dienen bedrijven de medewerkers te scholen over relevante wetgeving. Partijen die de Gedragscode ondertekenen verbinden zich voor het handelen van hun bedrijven en medewerkers nadrukkelijk aan de gedragsregels in de Gedragscode. De Gedragscode wil een leidraad zijn voor alle producenten van of ondernemingen handelend in voedingsmiddelen of grondstoffen voor voedingsmiddelen.

² <http://www.brcglobalstandards.com/>

³ <https://www.ifs-certification.com/>

Het is voor het eerst dat de levensmiddelensector in den brede een Gedragscode heeft opgesteld. De Gedragscode is niet uitgebreid doch bevat enkele essentiële regels die bij moeten dragen aan transparantie en integriteit. Het is nu aan de levensmiddelensector en aan de daarin opererende individuele bedrijven om ervoor te zorgen dat de Gedragscode gaat 'leven', dat er over gesproken en naar verwezen wordt en dat er naar wordt gehandeld. De Gedragscode moet tot gevolg hebben dat een bedrijf geen zaken (meer) wil doen met een bedrijf dat de Gedragscode niet volgt.

Tot slot

Al deze ontwikkelingen hebben tot doel te komen tot korte, betrouwbare ketens met transparantie voor producent en consument over herkomst, samenstelling, voedingswaarde en productiewijze van levensmiddelen. Er worden op dit moment zeer waardevolle stappen gezet, en wij hebben er vertrouwen in dat deze beweging naar meer transparantie volop doorzet.

(w.g.)
Martijn van Dam
Staatssecretaris van Economische Zaken

Mevrouw E.I. Schippers
Minister van Volksgezondheid,
Welzijn en Sport